

# **SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL**

VERONICA LICETH FALQUEZ FIGUEROA

CORPORACION UNIVERSITARIA DE LA COSTA  
FACULTAD DE DERECHO  
BARRANQUILLA  
2008

# **SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL**

VERONICA LICETH FALQUEZ FIGUEROA

**Trabajo se grado presentado como requisito para optar el título de**  
Abogado

**Asesor**  
Dr. Jorge Camargo

CORPORACION UNIVERSITARIA DE LA COSTA  
FACULTAD DE DERECHO  
BARRANQUILLA  
2008

## NOTA DE ACEPTACION

---

---

---

---

---

**Asesor**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

**Barranquilla, Julio de 2008.**

## TABLA DE CONTENIDO

Pág.

0. INTRODUCCIÓN	
0.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
0.2 OBJETIVOS	
0.2.1 Objetivo General	
0.2.2 Objetivos Específicos	
0.3 JUSTIFICACIÓN	
0.4 HIPOTESIS	
0.5 METODO DE INVESTIGACION	
1. LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL	
1.1. ANTECEDENTES	
2. LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONALES EN COLOMBIA	
2.1. ANTECEDENTES	
2.2. INSCRIPCION DE LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	
2.2.1 Razón Social	
2.2.2 Objeto Social	
2.2.3. Registro	
2.2.3.1. Requisitos para la Inscripción.	
2.2.3.2. DIAN	
2.2.4. Acto de Inscripción	
2.2.5. Obligaciones y Responsabilidades de la Inscripción	
2.2.6. Estudio De Mercado para la Inscripción	
2.2.7. Vigilancia	

2.2.9. Normatividad

3. CERTIFICADO AL PROVEEDOR

4. LA EXPORTACIÓN

4.1 Ventajas de exportar

4.2 Riesgos de exportar

4.3 Plan de exportación

4.4 Etapas de la exportación

4.4.1 Selección de países

4.4.2 Selección de mercado

4.4.3 Capacidad exportable

5. INCENTIVOS

5.1 REGIMEN TRIBUTARIO

5.2 CERT

5.2.1 Derechos a CERT

5.3 PLAN VALLEJO

6. EXPORTADOR

7. CONCLUSION

8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

## **0. INTRODUCCION**

En la economía globalizada de hoy, es importante para los países del mundo incrementar su nivel de competitividad empresarial, lo cual se relaciona directamente con la capacidad de estos de incrementar el crecimiento de su nivel de exportaciones. Esto supone la creación de instrumentos que permitan incentivar las mismas, especialmente en los sectores de la economía en los que un determinado país sea fuerte.

En el caso de Colombia, el gobierno de nuestro país para lograr dicho objetivo, es decir, el crecimiento sostenido de las exportaciones, crea como incentivo para las empresas de los diferentes sectores de la economía la figura de las sociedades de comercialización lo cual le permite a las empresas gozar de ciertos beneficios, privilegios que finalmente se traducen en el crecimiento de las mismas, mejoras en la competitividad empresarial y en el crecimiento de la economía del país.

Por supuesto para las empresas que aspiren a recibir estos beneficios, los obtengan, deben llenar una serie de requisitos de carácter legal, técnico, económicos y financiero.

Además de cumplir con la normatividad legal aplicable al sector o sectores económicos en los que se desempeñen.

Finalmente, para que las empresas sostengan estos privilegios deben cumplir con un nivel de exportación previamente acordado en un tiempo determinado que es la esencia de este incentivo estatal, esto muestra la importancia de estas sociedades como las jalonadoras del crecimiento económico del país lo vital de esta figura de incentivos por parte del gobierno colombiano.

## **0.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El escenario económico mundial se encuentra en un acelerado proceso de cambio profundo tanto a nivel estructural, social y político.

Colombia no es ajena a estos cambios, y por lo tanto debe buscar la mejor forma de asegurarse un lugar en este nuevo entorno, promoviendo los instrumentos adecuados para aprovechar de la mejor manera las oportunidades que plantea la situación.

La profundización que ha tenido la internacionalización de las economías ha generado mayores niveles de intercambio de bienes, servicios e inversión, pero son pocos los estudios que se han realizado sobre las motivaciones,

características, resultados, destinos y tendencias de la inversión de empresas colombianas en el extranjero.

Las Sociedades de Comercialización Internacionales son las llamadas a ser protagonistas de este cambio, teniendo en cuenta que han sido las que a lo largo de la historia del país han sido las promotoras y pioneras de las exportaciones de bienes y servicios colombianos al exterior, y como lo muestran informes recientes a nivel económico son las responsables del mas de cincuenta (50 %) por ciento de las exportaciones tradicionales y no tradicionales de Colombia.

La economía colombiana debe crecer sostenidamente en calidad y competitividad en el portafolio de bienes y servicios que ofrece al mercado internacional. El hecho de encontrarse Colombia frente a negociaciones como es EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO tiene profundas implicaciones socioeconómicas y políticas, en las que todos los actores del país en el ámbito político, social y especialmente el económico deben participar de manera activa, ya que del rumbo de las negociaciones, habrá un impacto positivo o negativo.

Ante tal situación, las sociedades de comercialización internacional, además de seguir aprovechando al máximo los incentivos especiales que tienen por parte del Gobierno Nacional, y que las han sido provechosos en tratados



comerciales como el de preferencias artesanales, deben ir como gremio importante de la economía proponiendo nuevas iniciativas que les permitan afrontar con éxito los retos que plantea el escenario competitivo que a nivel económico especialmente se esta consolidando en el mundo.

## **0.2. OBJETIVOS**

### **0.2.1. Objetivo General**

Analizar los requisitos legales que deben seguir las sociedades de Comercialización Internacional de Colombia, para posicionarse de forma competitiva en el dinámico mercado global

### **0.2.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar el estado actual del gremio de las sociedades de Comercialización Internacional en Colombia, para corregir las debilidades y explotar al máximo sus fortalezas estratégicas.
- Identificar las acciones y programas que esta implementando el Gobierno Nacional para incentivar la creación de nuevas Sociedades de este tipo, con el fin de promover las exportaciones colombianas.
- Describir los retos y oportunidades que tienen las Sociedades de Comercialización Internacional, de cara al mercado internacional.

- Enumerar los requisitos legales así como los de fondo para la constitución de las Sociedades de Comercialización Internacional, así como la normatividad jurídica que las reglamenta.

### **0.3. JUSTIFICACION**

La profunda crisis económica, social y laboral por la que atraviesa el país, ha confirmado a través de sucesivos estudios socioeconómicos, que la salida a la misma esta directamente relacionada con el crecimiento sostenido de las exportaciones colombianas tanto en las tradicionales, pero especialmente en las no tradicionales como el sector de los servicios.

El gobierno nacional por medio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, especialmente por la vía del Viceministerio de Comercio Exterior, debe asumir un compromiso serio y coherente con el mejoramiento de calidad de vida de todos los colombianos, para hacer realidad una necesidad laboral que les garantizara, no solo posibilidades de generarse un bienestar económico, sino, algo importante, posicionar espacios de participación social. La situación de desempleo que se vive en nuestro país, es solo uno de los diversos componentes de la preocupante situación que vive la población colombiana. Las tasas de desempleo tienen características alarmantes.

Indicadores como el nivel de desempleo en Colombia, es uno de los principales factores que confirman que la salida a problemas como este, entre otros que vive el país en materia tecnológica y de competitividad, así como el crecimiento demográfico, muestran que el libre comercio es un paso necesario, pero que no será suficiente, sino se aprende de las lecciones que han recibido otros países en el mundo en materia de tratados comerciales, la cual en muchos casos no ha sido positiva para países similares a Colombia.

Por eso basándose en la experiencia acumulada por países con características similares a las colombianas, el gobierno colombiano debe definir un modelo de desarrollo que tenga como base la internacionalización de la economía colombiana, en el cual las sociedades de comercialización internacional sean el eje central que garantice el bienestar de los ciudadanos, maximizando el potencial de los acuerdos comerciales y minimizando los riesgos y retos que estos plantean.

Si bien es claro que es inevitable no incluirse en las tendencias del cambio mundial, como la globalización económica, y el país debe seguir esta ruta que parte de los acuerdos comerciales, uno de sus faros será el de garantizar la estabilidad macroeconómica y seguir avanzando en la política social.

Como nunca antes, el país necesita avanzar y negociaciones y acuerdos comerciales para lograr niveles de crecimiento que garanticen el bienestar de

la nación. Pero asimismo se requieren ajustes y disciplina interna, que aseguran buenos resultados.

#### **0.4. HIPOTESIS**

La hipótesis sobre la que gravita esta investigación, es de tipo descriptivo y se refiere a que el desarrollo económico de un país, esta estrechamente relacionado con el crecimiento sustancial y sostenido de las exportaciones.

Esta afirmación implica además, que el desarrollo económico, esta íntimamente ligado a la calidad de la educación de los habitantes del país, así como a la aplicación practica de la solución de problemas puntuales de este en diversas áreas.

#### **0.5. METODO DE INVESTIGACION**

**METODO DESCRIPTIVO:** Esta investigación es de tipo descriptivo, hace un sondeo del panorama actual de las Sociedades de Comercialización Internacional, revisa las oportunidades de comercio exterior que tienen estas entidades, y específicamente en el Departamento del Atlántico, en la ciudad de Barranquilla.

Determinante las características de las Sociedades de Comercialización Internacional de la ciudad de Barranquilla, en que sectores son competitivas

a nivel nacional e internacional, así como analizar en que sectores propios del Departamento del Atlántico, tienen potencialidades de bienes y servicios exportables.

## **1. LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL**

Estas llamadas sociedades de comercialización internacionales son las llamadas a desempeñar un papel importante en el comercio de productos en el exterior, haciendo de Colombia un país competitivo a nivel de precios y productos. El comercio exterior es de gran importancia en un país, y cada país debe integrarse ya que la importancia de este se remonta desde la antigüedad como analizaremos.

### **1.1. ANTECEDENTES**

Los orígenes del Comercio se remontan a finales del neolítico<sup>1</sup>, cuando se descubrió la agricultura, esta fue explotada al máximo hasta el grado en que eran mayores a las necesarias para la comunidad, es allí donde otros miembros de la misma, deciden dedicarse a otros tipos de asuntos como la alfarería. Con estas nuevas actividades empiezan los intercambios de mercancías en la comunidad de un producto por otro, como son de alimentos por bienes. Entre estos bienes surgen los de trabajo de hierro, con el bronce, la rueda, el torno. Luego las nuevas formas de comercio como la navegación, empiezan a evolucionar las sociedades y los tipos de comercio. Entre estas

---

<sup>1</sup> Escuela de pensamiento económico francesa (1756-1777) que abogaba por la “libertad de comercio”, en oposición a las teorías mercantilistas al uso.

sociedades aparecen las capitalistas, los guerreros, los artesanos y los comerciantes.

La primera forma de comercio y de pago fue el trueque, hasta que aparece la moneda o dinero, medio acordado por la comunidad para el intercambio de las mercancías y los bienes; empieza a crearse una alta demanda de los productos y bienes de una sociedad a otra, entonces para suplir esta necesidad y demanda, empiezan a surgir las rutas comerciales transcontinentales, el comercio a través de estas rutas, era un comercio directo. Con estas rutas comerciales se empiezan hablar de los primeros estados de regulación de la importación, uno de los primeros fue la prohibición de la seda para la vestimenta para rebajar el consumo del caro producto.

El comercio obliga a las sociedades a la invención de nueva tecnología para la comercialización de los productos, como es la mejora de la navegación, de barcos de vela a barcos de vapor y es entonces que empiezan a surgir las compañías trasatlánticas con ese propósito del comercio y exportación de las mercancías.

El comercio exterior es una actividad socioeconómica consistente en compra y venta de bienes entre un país y otro aumentando el posible mercado de los bienes que produce cierta economía y determina las relaciones entre

países.<sup>2</sup> Este comercio esta determinado por la capacidad de producción y especialización de un país respecto a la necesidad de un producto de parte de otro, por medio de acuerdos especiales llevados acabo entre países y el precio que se va a pagar por el producto.

El comercio internacional, ha sido desde sus inicios el mismo, pues desde la época del trueque se ve a un comprador, un vendedor, un producto y un precio. Desde los 80's se han dado importantes variaciones en las actividades de comercio internacional surgiendo con estos nuevos modelos de comercialización. Este tipo de comercio era regulado mediante acuerdos bilaterales, donde el mercantilismo hacia pensar por muchos siglos a los países a imponer altos aranceles y otras restricciones severas al comercio internacional. A raíz de que todos los países de alguna u otra manera deben involucrarse en algún tipo de comercio internacional, ya que es muy difícil para un solo país satisfacer todas sus necesidades económicas; se busca el mejoramiento de este tipo de comercio mediante mejores beneficios como son los arancelarios.<sup>3</sup>

En este tipo de comercio también surge la parte política del comercio exterior donde se ve la importancia de la competitividad de un país y otro donde podemos notar la importancia de la agresividad competitiva pero también le

---

<sup>2</sup> [www.proexport.com](http://www.proexport.com)

<sup>3</sup> <http://www.businesscol.com/impuestos>



manejo de la diplomacia política y comercial para el mantenimiento de las relaciones de un país y otro ya que de esto depende su intercambio económico.

A partir de la década del 90, el término globalización comenzó a escucharse en los círculos de intelectuales y en las grandes discusiones y sesiones científicas en Universidades y Centros de Estudios especializados en todo el Mundo. La Globalización atrapó tanto a juristas, politólogos, sociólogos como economistas. Sus impactos y efectos, en un mundo en transición, acapararon la atención de diferentes corrientes de pensamientos.

El comercio internacional es importante en la medida que contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que medimos a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente (PIB). Sobre la base de esta convicción se ha defendido la libertad de comercio como un instrumento que permite lograr un objetivo que podemos considerar universal: la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de la población mundial que está íntimamente relacionada con la renta económica generada y con su distribución.

Esta creencia, sin embargo, no ha sido ni compartida por todos los países ni, sobre todo, aplicada. Por el contrario, el enfoque que más ha prevalecido en la historia económica de los últimos tres siglos ha sido el de

limitar y regular los flujos de comercio en función de los diferentes intereses económicos, políticos y sociales de los estados. El grado de intervención y limitación de los intercambios comerciales ha ido variando a lo largo del tiempo, como después analizaremos, pero alcanzó su punto álgido en los años treinta cuando la economía internacional experimentó una de sus peores crisis. Precisamente, para evitar que estos episodios de deterioro en las relaciones económicas internacionales se repitieran, el diseño del orden económico internacional de la posguerra apostó, claramente, por una liberalización del comercio internacional como medio para que la producción y el bienestar de todos los países aumentaran. A pesar de ello, este proceso de liberalización del comercio no ha sido automático ni generalizado.

La importancia del buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del concurso y apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas. Las condiciones climatológicas propias de cada nación la hacen intercambiar con zonas donde producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del

comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar sus activos producen mejor, y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor.

En el presente trabajo desarrollaremos el comercio Internacional: Definición, causas, origen, ventajas, Organismos, financiamiento internacional etc., así como los principales acuerdos mundiales que rigen el Comercio Internacional.

Al analizar la economía debemos de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que aborda los problemas económicos.

La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado, a escala mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino también de integración de precios. La economía internacional plantea el estudio de los problemas que plantean las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular con los factores del comercio internacional. Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

Los datos demuestran que existe una relación estadística indudable entre un comercio más libre y el crecimiento económico. La teoría económica señala convincentes razones para esa relación. Todos los países, incluidos los más pobres, tienen activos -humanos, industriales, naturales y financieros- que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía nos enseña que podemos beneficiarnos cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Dicho simplemente, el principio de la "ventaja comparativa" significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen.

El comercio internacional obedece a dos causas:

1. Distribución irregular de los recursos económicos.
2. Diferencia de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor.

## **2. LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONALES EN COLOMBIA**

Las Sociedades de comercialización internacionales tienen por objeto tanto la comercialización de productos colombianos en el exterior como la importación de bienes e insumos para abastecer el mercado interno o para la elaboración de bienes que posteriormente serán exportados.

Las Sociedades de Comercialización internacionales están facultadas tanto para fabricar o producir mercancías destinadas al mercado externo como para comprarlas a fabricantes o productores nacionales para posteriormente exportarlas, adquiridas estas mercancías son 6 meses el plazo para efectuar la exportación.<sup>4</sup>

Por las operaciones de compra de mercancías en el país que efectúen estas comercializadoras a los productores, le expiden el denominado CERTIFICADO AL PRODUCTOR, que es el documento que acredita dicha compra y la obligación para la sociedad de la exportación de tales mercancías, que confiere a esos productores la presunción de exportación desde el momento en que transfiere, a título de venta, las mercancías a las

---

<sup>4</sup> <http://mincomex.gov.co>

comercializadoras. Este Certificado es suficiente para demostrar el cumplimiento de compromisos de exportación previamente adquiridos.

Estas Sociedades de Comercialización Internacionales pueden ser nacionales o mixtas que tengan por objeto comercialización y venta de productos colombianos en el exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas, con la inscripción vigente en el registro de comercializadoras internacionales del ministerio de comercio exterior.

## **2.1. ANTECEDENTES**

La legislación nacional contempla esta figura desde la ley 67 de 1979, como un importante instrumento de apoyo y promoción a las exportaciones. En la actualidad, las empresas inscritas como comercializadoras internacionales gozan de algunos beneficios de orden tributario, tales como la exención del impuesto sobre las ventas IVA, la exoneración de retenciones en la fuente sobre pagos o abonos en cuenta por la adquisición de mercancías o bienes destinados a la exportación y el acceso a los Sistemas Especiales de Importación y Exportación Plan Vallejo, así como de ciertos beneficios aduaneros por normas de origen y producción nacional.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> La ley 67 de 1979

En la actualidad entendemos que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha negado algunos casos de inscripción de sociedades de comercialización internacional con capital 100% extranjero, argumentando que el Decreto 093 de 2003, al establecer que sólo califican las "sociedades nacionales o mixtas", estaría excluyendo a las sociedades nacionales con capital extranjero mayor al 49%. Al respecto debemos anotar que no es claro el criterio jurídico anterior y por tal motivo se ha generado gran inquietud al interior del gremio exportador que ve limitada la posibilidad de constituir e inscribir como comercializadoras internacionales nuevas sociedades con capital extranjero.

El revisar los antecedentes legislativos, advertimos como la Ley 67 de 1979 creó las sociedades de comercialización internacional (CI) bajo la premisa de que debían ser "sociedades" que cumplieran con los requisitos establecidos en el Código de Comercio, es decir, debían estar constituidas bajo alguno de los modelos societarios regulados en dicho cuerpo normativo.<sup>6</sup>

En cuanto a los requisitos que aquellas debían cumplir para ser aceptadas bajo el régimen de las C.I., el artículo 1° de la misma ley estableció lo siguiente: "Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente ley y en desarrollo del ordinal 22 del artículo 20 de la Constitución Nacional, el Gobierno podrá otorgar incentivos especiales

a las sociedades nacionales o mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior". Por su parte el artículo 2° de la misma ley estableció que:

Para disfrutar de los incentivos especiales que se establezcan conforme al artículo anterior, además de los requisitos generales fijados por el código de Comercio y demás normas comunes sobre la materia, las sociedades de Comercialización Internacional deberán satisfacer las condiciones específicas que sobre su constitución, funcionamiento y régimen de inspección y vigilancia establezca el Gobierno". En ejercicio de la facultad conferida por el artículo 2° transcrito, el gobierno expidió el Decreto 1740 de 1.994, reglamentario de la anterior norma, estableciendo que el registro como C.I. se otorgaría cuando el solicitante fuera una persona jurídica constituida en alguna de las formas establecidas en el código de Comercio, y manteniendo los mismos criterios mencionados.<sup>7</sup>

En el artículo 2° que reglamentó. Posteriormente, el Decreto 093 de enero 20 de 2.003, modificó el artículo 1° del Decreto 1740 de 1.994 definiendo las C.I. como aquellas sociedades nacionales o mixtas constituidas en alguna de las formas jurídicas establecidas en el Código de Comercio, definición que venía desde la propia Ley 67 de 1979. como puede advertirse, el Decreto 093 de

---

<sup>6</sup> Según la ley 67 de 1979

<sup>7</sup> Ibid



2003 no definió nada nuevo: simplemente transcribió el tenor literal de la Ley 67 de 1979. A pesar de lo anterior, parece que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha interpretado que el Decreto 093 de enero 20 de 2.003 modificó la definición que sobre sociedad comercializadora había establecido la ley 67 de 1979, posición que no compartimos dado que sus tenores literales son iguales y, adicionalmente porque jurídicamente no puede darse un evento en que el reglamento vaya más allá de la norma superior reglamentada.

En este sentido la División Jurídica del Ministerio ha considerado que los términos "sociedad nacional o mixta" contenidos en el Decreto 093 de 2003, deben interpretarse con sujeción a las definiciones contenidas en el artículo 1° de la Decisión Andina 291 de 1.991, conforme al cual se entiende por empresas nacionales las constituidas en el país y cuyo capital pertenezca en más de un 80% a inversionistas nacionales; y por <sup>8</sup>empresas mixtas, las constituidas en el país cuyo capital pertenezca a inversionistas nacionales en una proporción que fluctúe entre el 51% y el 80%. En realidad la posición jurídica anterior no resulta conforme derecho dado que tanto la Ley 67 de 1979 como el Decreto 093 de 2003 se refieren a "sociedades nacionales o mixtas", al paso que la Decisión andina para los efectos legales de la inversión extranjera define empresas nacionales o mixtas". En efecto, los términos "sociedades nacionales o mixtas" contenidos en el artículo 1° de la

Ley 67 de 1979 deben ser interpretados conforme a las definiciones contenidas en el Código Comercio de las demás disposiciones.

El Código de Comercio y demás normas complementarias, pues no otra cosa ordena la ley al establecer en su artículo 2° que las sociedades que pretendan ser reconocidas como C.I. deben satisfacer los requisitos generales establecidos por dicho cuerpo normativo, y demás normas sobre la materia. Veamos lo que ellas establecen al respecto: - Artículo 469, Código de Comercio: "Son sociedades extranjeras las sociedades constituidas conforme a la ley de otro país y 1 con domicilio principal en el exterior" ·<sup>8</sup> Código Civil: Este cuerpo normativo consagra la nacionalidad como uno de los atributos de la personalidad, pudiéndose ella predicar de las personas jurídicas, sin importar la nacionalidad ni el origen de los recursos de quienes figuran como asociados. Así, establece que será sociedad nacional la constituida de acuerdo a la ley colombiana y con domicilio principal en el país.

Como se observa, el criterio interpretativo del Ministerio de Comercio industria y turismo no se ajusta a derecho, ya que desconoce que los términos "sociedad nacional o mixta" utilizados en la Ley 67 de 1979 corresponden, por expresa orden de la misma ley, a los consagrados en el

---

<sup>8</sup> Ley 67 de 1979 en su artículo 1°

Código de Comercio y en el Código Civil, es decir, se debe atender a la ley de constitución y al domicilio principal de la sociedad y no a la conformación del capital de la compañía para determinar su nacionalidad. En materia de inversión extranjera, el estatuto de inversiones internacionales (Decreto 2080 de 2000) no establece ningún tipo de limitación a la inversión extranjera relacionada con actividades desarrolladas por las sociedades de comercialización internacional, motivo por el cual resulta extraño suponer que se puedan imponer limitaciones derivadas de una simple interpretación jurídica de las entidades del gobierno, máxime cuando desde 1979, con la misma regulación, se había aceptado la inscripción de sociedades nacionales como C.I. sin interesar la proporción de participación de capital extranjero.

Se espera que lo más pronto posible esta situación sea resuelta favorablemente a favor de los inversionistas y de la libre empresa, dado que posiciones jurídicas como la analizada en nada contribuyen al fortalecimiento del comercio ni de la inversión extranjera en el país.

## **2.2. INSCRIPCION DE LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL**

Para la inscripción de las sociedades de comercialización internacionales en el correspondiente registro del Ministerio de Comercio Exterior, dicha entidad

tendrá que verificar que cumplan con los requisitos establecidos, hoy en día ante la DIAN se realiza todo este tipo de regulaciones:

- a. Que se trate de una persona jurídica constituida en alguna de las formas establecidas en el Código de Comercio.
- b. Que tengan por objeto principal la comercialización y venta de productos colombianos en el exterior adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas.
- c. Presentación de estudios de mercado que incorporen su plan exportador, de acuerdo con la metodología que establezca el Ministerio de comercio Exterior.
- d. Manifestación del representante legal de la persona jurídica en el sentido de que ella ni sus representantes han sido sancionados por infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias o de comercio exterior, durante los 5 años anteriores a la presentación de la solicitud.

### **2.2.1 Razón Social**

Las sociedades de comercialización internacional C: I: inscritas ante el Ministerio De Comercio Exterior tendrán la obligación de utilizar en su razón

social la expresión SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL o también, la sigla CI.

### **2.2.2 Objeto Social**

Estas sociedades tienen como objeto principal la comercialización y venta de productos colombianos en el exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricado por productores socios de las mismas, los otros objetivos son los particulares propios de la sociedad a constituirse.

### **2.2.3. Registro**

La sociedad se registra ante la cámara de comercio de manera que en el certificado de Existencia y Representación Legal aparezca la razón social y el objeto social principal tal como se constituyo. Obtener el NIT ante la DIAN o la Cámara de Comercio de manera que el texto de la razón social coincida con el inscrito en el Certificado de Existencia y Representación Legal.

Luego, obtener ante el MINCOMEX el Registro Nacional de Exportadores de manera que los textos de la razón social y del objeto social coincidan con los escritos de Existencia y Representación Legal. Diligenciar completamente el formulario de solicitud de inscripción como una Sociedad de Comercialización Internacional C.I. Elaborar el documento estudio de

mercadeo. Solicitar por escrito al Ministerio, Grupos de Zonas Francas y Comercializadoras Internacionales la inscripción de la empresa como Sociedad de Comercialización Internacional, en la actualidad, todo esto se realiza ante la DIAN de forma exclusiva; la cual debe ir acompañada de unos documentos que son:

- a)** Original del Certificado de Existencia y Representación Legal vigente
- b)** Fotocopia del NIT si lo expidió la DIAN.
- c)** Copia del Registro Nacional de Exportadores actualizado
- d)** Original de documento de Estudio de Mercados
- e)** Original del formulario de inscripción como Sociedad de Comercialización Internacional
- f)** Oficio suscrito por el Representante Legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción en el registro de C:I: si se han o no efectuado compras exentas de IVA o retefuente o si se han o no expedido certificados al proveedor.

- g) Una vez cumplida la totalidad de los requisitos, el trámite se lleva a cabo en 15 días hábiles aproximadamente y este acto se formaliza mediante resolución,
- h) Manifestación del representante legal de la persona jurídica, de que ni estos ni la sociedad han sido sancionados por infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias o de comercio exterior durante los 5 años anteriores a la solicitud.
- i) Oficio suscrito por el Representante Legal en donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de inscripción del Registro de C:I si la empresa es o no usuario Industrial de Bienes y servicios en Zona Franca.
- j) Certificado escrito de los proveedores, en donde conste tiempo de relación comercial, tipo de contacto o negociación, formas de pago pactado, productos a proveer y autorización para exportarlos.

#### **2.2.3.1. Requisitos para la Inscripción**

Registrar la sociedad ante la cámara de comercio de manera que en el certificado de existencia y representación social aparezca la razón social el objeto social principal tal como se constituyó.<sup>9</sup>

Obtener el NIT ante la DIAN y cámara de comercio de manera que el texto de la razón social coincida con el inscrito en el certificado de existencia y representación social.

Obtener ante el MINCOMEX el Registro Nacional de exportadores de manera que los textos de la razón social y el objeto social coincidan con los inscritos en el Certificado de Existencia y Representación legal.<sup>10</sup>

Diligenciar completamente el formulario de solicitud de inscripción como una sociedad de comercialización internacional, C.I. Elaborar el documento de Estudio de Mercado.

Solicitar por escrito ante el MINCOMEX , grupos de Zonas Francas y Comercializadoras internacionales la inscripción de la empresa como Sociedad De Comercialización Internacional C.I.

#### **2.2.3.2. DIAN**

---

<sup>9</sup> Los requisitos que expone el código de comercio en sus artículos 1 del decreto 1740 del 3 agosto de 1994, modificado parcialmente por el decreto 093 del 20 de enero del 2003.

<sup>10</sup> MINCOMEX: Ministerio De Comercio Exterior, ente regulador que vigila las diferentes instituciones a nivel de relaciones exteriores



Se anexa formulario de inscripción como sociedad comercializadora internacional.

#### **2.2.4. Acto de Inscripción**

Es un acto administrativo donde en su parte resolutive queda expresamente establecido, la inscripción del peticionario como Sociedad de Comercialización Internacional indicando su razón social y NIT. Vigencia de la inscripción, la asignación del código, el cual deberá emplear en sus actividades la comercializadora; La forma en la que se notificara el Acto Administrativo y el recurso que procede contra el. Las obligaciones que adquieran las Sociedades de Comercialización Internacionales, ante la Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales. Las estipulaciones de los beneficios que adquiere por constituirse como Sociedad de Comercialización Internacional y términos de renovación del reconocimiento e inscripción.

#### **2.2.5. Obligaciones y Responsabilidades de la Inscripción**

- De expedir el Certificado al proveedor en la forma establecida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

- Exportar dentro del término legal las mercancías sobre las cuales se expidan certificados al proveedor.<sup>11</sup>
- Presentar los informes de compras y exportaciones dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- Presentar ante la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales la relación de los certificados al proveedor dentro del término y la forma que establezca la Dirección de Impuestos Nacionales.
- Responder por la veracidad y exactitud de los datos consignados en los certificados al proveedor.
- Utilizar el código de registro asignado a la sociedad para adelantar los trámites y refrendar documentos ante la Dirección de Impuestos y aduanas nacionales.
- Asistir a la práctica de las diligencias previamente ordenadas y comunicadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, permitir, facilitar y colaborar con la práctica de las mismas.

---

<sup>11</sup> El Certificado al proveedor es el instrumento mediante el cual la sociedad relaciona las mercancías para exportar

- Contar con los equipos de cómputo y de comunicaciones que le permitan la conexión con el sistema informático aduanero. Ya que la información debe ser presentada en forma virtual, utilizando los servicios informáticos electrónicos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, haciendo uso de la firma digital correspondiente de la sociedad, respaldada con certificado digital emitido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Cuando por inconvenientes técnicos no haya disponibilidad de los servicios informáticos electrónicos y en consecuencia el obligado no pueda cumplir con la presentación de la información, deberá acercarse a la administración o puntos habilitados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales llevando la información en unidades USB y el archivo de firma digital para su respectiva presentación. Si en todo caso no es posible la presentación virtual por el obligado se seguirá el procedimiento de presentación presencial.
- El obligado debe prever con suficiente anticipación el adecuado funcionamiento de los medios requeridos para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones. En ningún caso se tendrá como causal de justificación de la extemporaneidad en la presentación de la información.

#### **2.2.6. Estudio De Mercado para la Inscripción**

---

Este estudio se debe presentar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y DIAN. Los parámetros de guía para presentar este estudio de mercadeo es:

**a. Antecedentes de la empresa:** El NIT, la razón social con la que se inscribirá la Comercializadora Internacional, la cual debe ser la misma en el certificado de existencia y representación legal, NIT, RUT, RUE, y formulario de inscripción. Debe contener la misión y visión de la futura comercializadora internacional.

Un resumen de la infraestructura de las instalaciones propias o arrendadas, la planta de personal y equipos. Datos de ubicación de la empresa como son las direcciones, teléfonos, pagina Web, mayas. El tiempo de constitución de la empresa. Las sucursales en Colombia y en el extranjero así como sus datos de ubicación completas.

**b. Las razones principales para convertirse o formarse en una Comercializadora Internacional:** Las sociedades que pretenden inscribirse deben exponer los objetivos generales que persigue la Sociedad o la empresa a corto, mediano y largo plazo, orientados a la actividad de promoción y comercialización de productos colombianos en el exterior. Describir el impacto social generado al convertirse en una comercializadora

internacional, como son la comunidad que se favorece, proyección de empleos a generar, proveedores etc. Si hay un impacto ambiental, describir cual es, mas una descripción general de las actividades a las que se dedica y se dedicara la empresa.

**c. Las estadísticas de exportación:** Presentar las estadísticas de exportación si las hay, descrita por años y en dólares americanos, se puede anexar fotocopia de DEX.

**d. Los productos a exportar en el exterior:** Presentar una descripción general de los productos colombianos que se van a comercializar en el exterior, demostrar la experiencia en el manejo de estos productos y las estrategias para su comercialización.

**e. La relación comercial con los proveedores:** la razón de ser régimen C.I solo se da si las C.I tienen proveedores. Consiste en describir que esfuerzo o actividad se llevo a cabo para contactar cada proveedor, que perspectiva de negocio se tiene, si el proveedor le va a vender productos o si ya ha habido compra o venta de productos. Determinar por cada proveedor el NIT, razón social, dirección, teléfonos, fax, ciudad, departamento, persona a contactar, cargo, tiempo de relación comercial, productos que le va a proveer, y si tiene autorización para comercializarlos y exportarlos, forma de venta, si es a

crédito o al contado, mas recomendación comercial del proveedor hacia la C.I.

**f. Países para exportar:** Lista de los principales países a los que se pretende exportar, indicando su perfil socio-político y económico general de cada país.

**g. Vías de comercialización:** Tener información clave de contacto como son teléfonos, direcciones todo lo necesario para contactar a los clientes en el exterior con los que se pretende negociar. También se debe tener claridad y definido los medios de transporte con los que se cuenta para el transporte de los productos ya sea medios marítimos, aéreos o terrestres. También para el diligenciamiento de la inscripción de la comercializadora se tendrán en cuenta la información de criterio propio como son las empresas sucursales que posea la C.I. en el exterior y las de firmas en el extranjero las cuales son las empresas en el exterior que compraran los productos a exportar por la C.I. así como información detallada de la misma. Las de agentes que son las firmas, distribuidores, concesionarios, socios en el extranjero que prestaran los servicios de intermediarios para ayudar a la exportación de los productos colombianos que se pretenden vender en el extranjero.

**h. Demanda:** Este es un análisis completo de las preferencias de los clientes a los que se les pretende vender, es decir al consumidor o cliente. Dentro de

este informe debe contener ubicación geográfica, edad, sexo, referencias de consumo, hábitos de compra, capacidad de pago, gustos y preferencias que permitan saber la aceptación del producto y como será este recibido en el extranjero.

**i. Oferta:** Determinar que tipo de mercado prevalece para este producto y cuales son las barreras de entrada a este mercado, que nivel de importaciones de bienes y servicios hay, que afecten el mercado de este producto, conocer el comportamiento del mercado, aranceles y demás variables. Conocer la competencia así como los productos que estos tienen, su calidad, número de empleados, precios etc.

**j. El precio:** Es de gran importancia conocer el precio del bien, para calcular los ingresos futuros. Si el mercado es competitivo este es quien lo determina.

#### **2.2.7. Vigilancia**

La vigilancia de las sociedades de comercialización internacional es realizada por la superintendencia de sociedades, el ministerio de comercio exterior, la DIAN. Además de estos entes también habrá lugar a otros entes de control según el sector en las que se mueven las sociedades, si es en el minero o agrario etc. En la actualidad la vigilancia y control y regulación lo hace sólo la DIAN.

**2.2.8. Sanciones en la inscripción:** En cualquier momento se podrá imponer sanción a una C.I. El Director General de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Exterior podrá imponer a las sociedades de Comercialización Internacionales sanciones administrativas consistente en la cancelación de la inscripción en el registro de Sociedades de Comercialización Internacionales por existencia de un acto administrativo o providencia ejecutoriada que imponga a la sociedad inscrita o a su representante legal, sanción por infracciones tributarias, aduaneras o de comercio exterior durante los últimos 5 años por incumplimiento de las obligaciones de exportación. Por inexactitud o inconsistencia entre los datos consignados en la inscripción y en los certificados al proveedor. Por no haber desarrollado durante 2 años consecutivos el objeto social principal de la sociedad. No presentar el informe anual de compras y exportaciones de la sociedad. Abstenerse de expedir el certificado al proveedor en las operaciones de compra.

Estas sanciones se impondrán por acto administrativo susceptible de los recursos de reposición o apelación. La sanción de cancelación impide la inscripción de la sociedad sancionada o cualquier otra sociedad en la que tenga participación durante los 2 años siguientes a la ejecutoria de la sanción.



### **2.2.9. Normatividad**

#### **Marco Legal**

Ley 67 de 1979

- Decreto 1740 de 1994
- Decreto 0093 de 2003
- Resolución 1894 de 2003

## **3. CERTIFICADO AL PROVEEDOR**

Documento mediante el cual las Sociedades de Comercialización Internacional reciben de productos colombianos adquiridos a cualquier título en el mercado interno o fabricados por productores de las mismas y se obligan a exportarlos en su mismo estado dentro de los términos establecidos. Es un formulario físicamente parecido a una factura de compra y venta, diseñado por el Ministerio de Comercio, Industria Exterior, pero que la C. I. Podrá elaborar en forma preimpresa, utilizando medios litográficos, tipográficos o técnicas de carácter similar o mediante un programa de

computador. Solamente tendrán validez los CP expedidos a mas tardar el día 15 del mes siguiente al correspondiente bimestre calendario de compra.<sup>12</sup>

Se considera o se presume que el proveedor efectúa la exportación desde el momento en que la sociedad de comercialización internacional recibe las mercancías y expide el certificado al proveedor; o cuando de común acuerdo con el proveedor, la sociedad de comercialización internacional expide un solo certificado al proveedor que agrupa las entregas por esta recibidas, durante un periodo no superior a 2 meses correspondientes a un bimestre calendario. El certificado al proveedor será documento suficiente para demostrar la exención del impuesto sobre las ventas y de la retención en la fuente.

El Ministerio de Comercio Exterior determinara la forma y contenido del certificado al proveedor e implementara el oportuno envío electrónico de dichos certificados a la dirección general de comercio exterior del Ministerio de Comercio Exterior cada 4 meses.

Las mercancías por las cuales las sociedades de comercialización internacional expidan certificado al proveedor deberán ser exportadas dentro de los 6 meses siguientes a la expedición del certificado correspondiente. No

---

<sup>12</sup> Es de gran importancia la incursión de las sociedades en el ámbito electrónico y de la contaste actualización de datos y mantenimiento de estos medios.

obstante, cuando se trate de materias primas, insumos, partes y piezas, que vayan a formar parte de un bien final, este deberá ser exportado dentro del año siguiente contado a partir de la fecha de expedición del certificado al proveedor. En casos debidamente justificados el Ministerio de Comercio Exterior podrá prorrogar estos plazos hasta por 6 meses más, por una sola vez.

Para todos los efectos legales, el certificado al proveedor sustituye al certificado de exportación por mandato y al certificado de compra al producto.<sup>13</sup>

Las modificaciones al régimen de exportaciones que se adopten con posterioridad a la fecha de expedición de un certificado al proveedor no afectará la exportación de las mercancías relacionadas con ese documento.

Cuando se trate de bienes sometidos a restricciones o condiciones especiales para ser exportados, para que el certificado al proveedor tenga validez deberá cumplir con los requisitos pertinentes y exigidos por la ley.

---

13 DECRETO 0221 DE 1991 (enero 23) Diario Oficial No. 39.642, de 23 de enero de 1991 Se denomina Certificado de Exportación por Mandato, el documento mediante el cual las Sociedades de Comercialización Internacional reciben, en calidad de mandatarias, plátano o banano de origen nacional de parte de los productores y se obligan a realizar la correspondiente exportación en nombre propio y por cuenta de éstos, dentro de los términos previstos en el Decreto 509 de 1988. En este documento se registrará la distribución de los incentivos por concepto de Certificados de Reembolso Tributario entre la Sociedad de Comercialización Internacional y el productor.

#### **4. LA EXPORTACION**

La exportación es la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras que separan las naciones. Según la Aduana Colombiana la exportación es la considera como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o una zona franca industrial de bienes o servicios para permanecer en ella de manera definitiva. Según la legislación aduanera, el territorio aduanero nacional es considerado como el espacio en el cual se encuentra ubicado el país, incluyendo sus fronteras, tantos marítimos como aéreos, como geo-espaciales. Por tanto todo lo que comprende nuestro territorio es considerado como el territorio aduanero nacional. Ahora el

término es claro cuando se refiere a la salida de mercancía hacia una nación extranjera o zona franca industrial de bienes y servicios; las zonas francas son incluidas porque esta es considerada como un área extraterritorial dentro del territorio aduanero nacional, es considerada como un país dentro de otra. Una zona franca recibe productos del exterior y en el momento en que los recibe es como si todavía permanecieran en el país de origen. Solamente hasta que esta mercancía sale de la Zona Franca se convierte en una importación y por lo tanto requiere de un proceso de nacionalización<sup>14</sup>.

#### **4.1. VENTAJAS DE EXPORTAR**

Ampliar la participación de las empresas en el mercado internacional, incrementar la producción utilizando toda su capacidad empresarial, reduce los riesgos al no depender solamente del mercado nacional, reduciendo los efectos en caso de estancamiento nacional, la calidad de los productos se mejora considerablemente por la necesidad de adaptación de los estándares internacionales.

#### **4.2. RIESGOS DE EXPORTAR**

---

<sup>14</sup>La nacionalización de la mercancías es el punto más importante en el proceso de importación. En este se pueden presentar una serie de situaciones que si no se toman en cuenta, pueden traer consecuencias graves como sanciones y multas que en algunos casos llegan hasta el 75% del valor de la mercancía o la pérdida de la misma.

Uno de los riesgos más frecuentes es el que resulta de la inexperiencia y se pretende abarcar muchos mercados al mismo tiempo sin considerar la capacidad de producción para atender la demanda de alto volumen.

La sociedad debe tener claro si tiene la capacidad de producción o si su proveedor va a poder responder a las exigencias de producción y calidad. Un obstáculo podría ser el de no contar con el producto adecuado o no poderlo adecuar a los requerimientos del mercado o no cumplir con calidad y tiempo de entrega. Definición deficiente de los costos y del precio.

#### **4.3. PLAN DE EXPORTACION**

El plan exportador debe contener el objetivo general y los específicos, los cuales deben concluir con las metas propuestas en la planeación de exportación.

El objetivo del Plan es definir y priorizar las actividades a realizar y proyectar las inversiones necesarias con el fin de desarrollar la ejecución y seguimiento adecuados al proceso de internacionalización de la empresa.

Se debe contar con un objetivo general y varios objetivos específicos definidos por mercados, productos (líneas) y por etapas, de manera que se pueda llevar una adecuada evaluación.

En todo caso las acciones a desarrollar deben corresponder a las metas y mercados de exportación, sin embargo en caso que se planee ejecutar una actividad diferente, se debe justificar su ejecución exponiendo los beneficios que reportará a la empresa

Se debe justificar la selección del producto, observando en todo caso que esta fue el resultado de una preselección cuidadosa del total de productos de la empresa.

El objetivo principal de este plan es inducir a las empresas a un proceso de autodiagnóstico que les permita establecer las necesidades concretas de producción, financiación y comercialización.

Evaluar detalladamente las oportunidades de exportación de la empresa a mercados específicos

El contenido del Plan de Exportación debe contener principalmente lo siguiente:

- Perfil de la Empresa
- Análisis del Potencial Exportador
- Factibilidad Administrativa
- Factibilidad Comercial
- Proyecciones Financieras

- Plan de Acción

El plan de exportación también tiene como objeto fortalecer el aparato productivo colombiano y mejorar las condiciones de acceso de nuestros productos a los mercados internacionales, para lo cual orienta las acciones estratégicas de todas las entidades que componen el sector comercio exterior, hacia el cumplimiento de los siguientes cinco objetivos estratégicos:

**1)** Aumentar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios en función de la demanda mundial.

**2)** Aumentar capacidad de venta de bienes y servicios colombianos al exterior, mediante promoción de las inversiones internacionales y el mejoramiento de las condiciones de la prestación internacional de servicios.

**3)** Aumentar la productividad empresarial y hacer competitiva la actividad exportadora.

**4)** Regionalizar la actividad exportadora.

**5)** Desarrollar cultura empresarial.



#### **4.4. ETAPAS DE LA EXPORTACION**

La Exportación es un proceso complejo en el cual la empresa debe superar diferentes etapas a la hora de efectuar una exportación. En esta ocasión se presentan en forma esquemática las diferentes etapas que involucran el proceso de exportación.

El proceso de exportación involucra varias etapas entre las que se destacan la decisión de la empresa de exportar, la identificación del potencial mercado, el contacto con potenciales clientes o compradores y una vez que se contactó al comprador y éste mostró interés por el producto, se inicia la etapa de cotización y venta del producto.

##### **4.4.1. Selección de Países**

Teniendo en cuenta las oportunidades que ofrece el mercado, escoja los países a los cuales se puede exportar su producto.

Para preseleccionar los países a los cuales exportar, hay que tener en cuenta las oportunidades que ofrece cada mercado, analizar las estadísticas de exportación de su producto puede ayudarle a conocer el mercado al cual se está dirigiendo.

Analizar las estadísticas de exportación para la posición arancelaria de su producto. Al conocer hacia dónde se están dirigiendo las exportaciones colombianas, usted puede:

- Aprovechar el conocimiento que tiene ese mercado de los productos colombianos.
- Percibir el potencial de demanda que hay en ese país para su producto.
- De acuerdo a la experiencia tenga en cuenta las ventajas de comenzar por un país similar a Colombia.
- Analice, con base en su nivel de experiencia y conocimientos de otros países, qué tan importante es para usted comenzar por un país que tenga similitudes con Colombia.

Algunos aspectos importantes para evaluar son:

- Idioma
- Religión
- Costumbres <sup>15</sup>

Analizar países que exportan productos como el suyo hacia su mercado objetivo le servirá para descartar mercados que compren a precios inferiores o con un fuerte posicionamiento.

Analice el valor y crecimiento de las importaciones de los países de interés en los últimos años y conozca el origen de las mismas.

Los países que exportan productos como el suyo hacia ese mercado son su competencia.

El conocimiento de la posición competitiva de su producto (precios y calidades) frente al producido por los países competidores le servirá para descartar países que en principio parecían interesantes, pero que compran productos similares al suyo a precios inferiores o con posicionamiento fuerte.

Recuerde que el posicionamiento y el precio son condiciones relativas al mercado que se está analizando.

Investigar la disponibilidad de transporte para su producto hacia el país preseleccionado.

Analice la disponibilidad de transporte para su producto hacia los países que ha preseleccionado. Para esto, Proexport Colombia le ofrece información en transporte internacional, que comprende rutas, frecuencias y transportadores a través de la Sección de Logística del Portal de Proexport.

#### **4.4.2. Selección Del Mercado**

---

<sup>15</sup> Estas pautas de cierta afinidad se recomienda que sea acorde con el idioma como es el de hispanos parlantes, la religión también es parte importante y las costumbres.

En el momento de seleccionar el país al que se va a dirigir el producto es importante tener en cuenta la situación económica, política y geográfica de este país.

En el proceso de Selección de Países usted debe familiarizarse con el mercado, averiguando la situación económica geográfica y política del país de destino, el costo del transporte disponible, exigencias de entrada de su producto, entre otros:

- Reseña económica, geográfica y política
- Costo estimado del transporte
- Exigencias de entrada del producto y régimen comercial

Esta información le dará un panorama general del país sobre los aspectos políticos, económicos (indicadores, ingreso, controles de cambio, etc.) comerciales y geográficos lo cual contribuirá en la definición de las estrategias de mercadeo para así reducir los riesgos.

Analice el potencial de venta de su producto o servicio, teniendo en cuenta que éste no tendrá la misma acogida entre todos los clientes de un mismo mercado. Por lo tanto estudie cuál sería su segmento objetivo: situación geográfica, estrato socioeconómico, nivel de ingresos, rango de edades, genero, costumbres, etc.

El costo del transporte en cada país depende de variables como: medio de transporte, destinos y tipo de producto. Analice los costos de transporte de su producto a cada país preseleccionado. Estos costos dependen de un número de variables (por ejemplo medio de transporte, tipo de producto, destinos y oferta de servicios). Los países exigen requisitos para la entrada de productos, como son las licencias, certificaciones y registros.

Cada país exige cumplir unos requisitos impuestos para la entrada de los productos.

- Aranceles y otras tarifas
- Restricciones a la importación, licencias previas, contingentes o cuotas de importación.
- Requerimientos técnicos del producto y del empaque.
- Requisitos fitosanitarios, certificaciones y registros ecológicos.
- Legalización de registro de productos, marcas y patentes.
- Analice el régimen de importación de los países pre-seleccionados.  
Puede ser oportuno evitar aquellos con restricciones a las importaciones y con severos controles de cambios.

#### **4.4.3. Capacidad Exportable**

La capacidad exportable de la empresa puede ayudar a definir estrategias de penetración del mercado.

Usted, con base en el producto que desea exportar, debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua. Considere también su capacidad para manejar y almacenar estos volúmenes.

Esta información servirá para definir algunas de las estrategias de penetración del mercado que usted ha escogido.

Se deben identificar los productos a exportar teniendo en cuenta que gocen, por lo menos una, de las siguientes ventajas:

- Volúmenes disponibles para el mercado externo.
- Abastecimiento del producto o materias primas (ventajas en precio, volumen, calidad o disponibilidad).
- Características de calidad del producto superiores a las de la competencia, y consistencia de la calidad en el tiempo.
- Se debe identificar la Posición Arancelaria o Código Arancelario de los productos escogidos, ya que toda la información de comercio exterior se basa en esta codificación

## **5. INCENTIVOS**

Con el fin de incentivar las exportaciones y ayudar al exportador, se encuentran una serie de figuras y entidades dispuestas a colaborar con los procesos de exportación.

LAS SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL – C.I. son un instrumento de apoyo a las exportaciones otorgado por el Gobierno Nacional, que otorga beneficios tributarios a través de la Dirección de

Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, mediante el cual las empresas que tengan por objeto principal la comercialización y venta de productos colombianos en el exterior, adquiridos en el mercado interno o fabricados por productores socios de las mismas, y/o Servicios Intermedios de la producción, con destino a la exportación, estarán libres del impuesto a las ventas IVA y/o de retención en la fuente en la compra local.

Los proveedores de las mercancías del mercado nacional o de los servicios intermedios de la producción, que los venda a las Sociedades de Comercialización Internacional C.I., deberá estar amparado por el documento Certificado al Proveedor - C.P., con el objeto de poder justificar en sus declaraciones de impuestos sus ventas sin incluir el IVA y/o retención en la fuente.

Este régimen especial, ha sido creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979.

**REPOSICION DE MATERIAS PRIMAS – ART. 179 DECRETO 444 DE 1.967.**

De conformidad con el Artículo 179 del Decreto 444 de 1967, quien exporte con la total de los requisitos legales, productos nacionales en cuya manufactura se hubieran utilizado materias primas e insumos importados por canales ordinarios o por reposición, tendrá derecho a importar libre de



gravámenes, impuestos y demás contribuciones, una cantidad igual de aquellas materias primas o insumos.<sup>16</sup>

Aspectos jurídicos y administrativos es un derecho adquirido y por lo tanto, las importaciones realizadas con exención de impuestos no conllevan riesgos por incumplimientos, no implica la constitución de una garantía de cumplimiento y no obliga a llevar cuenta corriente en especie, ni a presentar informes de demostración.

- **USUARIO ALTAMENTE EXPORTADOR - ALTEX**

Es un mecanismo creado para incentivar a las empresas que hayan realizado exportaciones por valor FOB mayores iguales a los dos millones de dólares (US\$2.000.000.00) y que el valor exportado, directamente o a través de una sociedad de comercialización internacional sea mayor igual al sesenta por ciento (60%) del valor de sus ventas totales en el mismo periodo, durante el año inmediatamente anterior a la solicitud de ser considerado como tal para poder acceder a una serie de beneficios que facilitan sus exportaciones. Algunos de los requisitos para ser considerado con un usuario altamente exportador son:

- Solicitud de reconocimiento e inscripción suscrita por el representante legal.

---

<sup>16</sup> Artículo 179 del decreto 444 de 967

- Acreditar la idoneidad profesional de sus representantes y auxiliares en formación académica, conocimientos específicos y/o experiencia relacionada con la actividad del comercio exterior, en los términos en que lo indique la autoridad aduanera. (art. 10 Resolución 4240 de 2000)
- Comprometerse a constituir y entregar la garantía bancaria o de compañía de seguros en los términos y montos señalados en el Decreto 2685 de 1999 y en la Resolución 4240 del 2000, una vez obtenido el reconocimiento e inscripción. Salvo cuando se trate de entidades de Derecho Público, las cuales no se encuentran obligadas a constituir la (Art. 9. Dec. 2685 de 1999)
- No tener deudas exigibles con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo aquellas sobre las cuales existan acuerdos de pago vigentes.

El trámite de reconocimiento e inscripción como Usuario Altamente Exportador culminará con la expedición por parte de la Subdirección de Comercio Exterior, del respectivo acto administrativo, el cual contendrá los siguientes aspectos:

- Término del reconocimiento e inscripción (3 años contados a partir de su ejecutoria).
- Asignación del número de identificación (el cual deberá ser empleado en todas las actuaciones que realice como Usuario Altamente Exportador).

- Obligación de constituir la garantía global y los términos y condiciones en que ésta debe otorgarse.
- Obligaciones que adquiere el Usuario Altamente Exportador ante la DIAN.
- Forma en que se notificará el Acto Administrativo y el recurso que procede contra él.

Todo esto con el objeto de garantizar el pago de los tributos aduaneros y de las sanciones a que haya lugar por el incumplimiento de las obligaciones y responsabilidades que se generen en desarrollo de su actividad como Usuario Altamente Exportador (ALTEX), consagradas en el Decreto 2685 de 1999, en especial las contempladas en el art. 40, y la Resolución 4240 del 2000 y de más normas vigentes que las modifiquen, adicionen o complementen.

En el evento en que el Usuario Altamente Exportador pretenda actuar como declarante de la modalidad de **Tránsito Aduanero**, o pretenda obtener la habilitación de un **depósito**, el objeto de la garantía deberá incluir además el garantizar el pago de los tributos aduaneros y sanciones a que haya lugar en desarrollo del tránsito o la habilitación mencionados.

- **USUARIO ADUANERO PERMANENTE - UAP .**

Es un mecanismo creado para incentivar a las empresas que hayan realizado exportaciones por valor FOB mayores iguales a tres millones de dólares

(US\$3'000.000) ó su promedio anual durante los 3 años inmediatamente anteriores a la solicitud, habiendo tramitado por lo menos 2.000 declaraciones de importación y/o exportación; para los que hayan permanecido como usuarios del Plan Vallejo por un periodo de tres (3) años y que realicen exportaciones mayores iguales a dos millones de dólares (US\$2'000.000)

Para más información referirse al decreto 2685 de 1999, artículo 28.

- **DEPÓSITOS PRIVADOS PARA PROCESAMIENTO INDUSTRIAL**

Son lugares habilitados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, para el almacenamiento de materias primas e insumos que van a ser sometidos a transformación, procesamiento o manufactura industrial, por parte de personas jurídicas reconocidas e inscritas como Usuarios Aduaneros Permanentes UAP o Usuarios Altamente Exportadores ALTEX y autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, para declarar bajo la modalidad de importación temporal para procesamiento industria.

Los requisitos y documentos necesarios para el trámite son:

- Que la interesada sea una persona jurídica reconocida e inscrita como Usuario Aduanero Permanente (UAP) o Usuario Altamente Exportador (ALTEX) y autorizada por la Dirección de Impuestos y Aduanas

Nacionales, para declarar bajo la modalidad de importación temporal para procesamiento industrial.

- Que esté domiciliada o representada legalmente en el país.
- No tener deudas tributarias, aduaneras ni cambiarias exigibles con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo aquellas sobre las cuales existan acuerdos de pago vigentes.

Los documentos que se deben anexar para el trámite son:

Solicitud suscrita por el representante legal de la persona jurídica titular del reconocimiento e inscripción como Usuario Aduanero Permanente (UAP) o Usuario Altamente Exportador (ALTEX) y autorizada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, para declarar bajo la modalidad de importación temporal para procesamiento industrial, o por apoderado debidamente constituido, dirigida al Administrador de Aduanas o de Impuestos y Aduanas de la jurisdicción del inmueble del cual se solicita la habilitación como Depósito Privado para Procesamiento Industrial, anexando los siguientes documentos:

- Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio correspondiente a su domicilio principal, con una vigencia no superior a tres (3) meses a la fecha de presentación de la solicitud;
- Hojas de vida de la totalidad de socios y del personal directivo. (Este

requisito no se exigirá para los accionistas cuando la persona jurídica esté constituida como una sociedad anónima);

- Estados financieros: Balance General, Estado de Resultados y Estado de Cambios en el Patrimonio del año anterior, con sus anexos, refrendados por el Contador Público ó Revisor Fiscal. En caso de aumento de capital pagado, debe anexar las pruebas del incremento efectuado;
- Manifestación bajo la gravedad del juramento del Representante Legal en el sentido que: él, la sociedad, sus representantes o socios, no han sido sancionados con cancelación de la autorización para el desarrollo de la actividad y en general por violación dolosa a las normas penales durante los cinco (5) años anteriores a la presentación de la solicitud. (Esta manifestación no se exigirá para los accionistas cuando la persona jurídica esté constituida como una sociedad anónima);
- Manifestación del Representante Legal de la sociedad de comprometerse a modificar y entregar la garantía bancaria o de compañía de seguros una vez obtenida la habilitación, en los términos señalados en el Decreto 2685 de 1999 y en las demás normas que lo modifiquen, adicionen o complementen;
- Manifestación formulada por el Representante Legal en la que se compromete a obtener los equipos que le permitan atender adecuada, segura y eficientemente las actividades de almacenamiento de acuerdo con el tipo, naturaleza, cantidad, volumen y peso de las mercancías que pretenda almacenar;

- Manifestación del Representante Legal en la que se compromete a adquirir los equipos y a realizar los ajustes en materia tecnológica que sean necesarios para garantizar su conexión al sistema de comunicaciones y de transmisión electrónica de Información y documentos que determine la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales;
- Manifestación expresa formulada por el Representante Legal en la que se compromete a cumplir con las especificaciones técnicas de almacenamiento y a adoptar las medidas de seguridad que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales determine;
- Manifestación donde se exprese el compromiso de contratar una firma de auditoría que certifique las operaciones tributarias, cambiarias y de comercio exterior realizadas, y sobre los componentes de materias primas extranjeras y de materias primas nacionales utilizados en la producción de sus bienes finales, respecto de cada una de las operaciones realizadas bajo la modalidad de importación temporal para procesamiento industrial.
- Certificación sobre el reconocimiento como industria de transformación o ensamble proferida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Ubicación, dirección y linderos del predio para el cual se solicita la habilitación, como Depósito Privado para Procesamiento Industrial, anexando planos del mismo, indicado en metros cuadrados;
- Planos del predio, informando la ubicación, dirección, linderos, área en

metros cuadrados, especificando: El área útil plana de almacenamiento para la cual se solicita habilitación. El área cubierta (bodegas). El área descubierta (patios). El área de oficinas. El área donde se encuentran ubicados los silos, tanques o cualquier otro medio de almacenamiento indicando su capacidad. Áreas de inspección; Fotocopia del título que acredite la tenencia o posesión del inmueble donde funcionará el Depósito Privado para Procesamiento Industrial; Fotocopia del contrato de vigilancia y sistema de seguridad;

- Relación de los equipos que serán utilizados para el cargue, descargue, pesaje almacenamiento y conservación de las mercancías y su respectiva identificación;
- Oficio suscrito por el representante legal en el cual describa el tipo de mercancías que pretende almacenar en el Depósito Privado para Procesamiento Industrial objeto de habilitación;

- **PROGRAMA EMPRENDEDORES COLOMBIA - PEC .**

Es un sistema de herramientas integradas para el acompañamiento de la creación de empresas de bienes y servicios para el mercado nacional con futuro internacional. Contiene una línea de micro-crédito que será el capital semilla para múltiples emprendedores que quieran hacer de su proyecto de vida una realidad.



## **5.1. REGIMEN TRIBUTARIO**

Mediante el concepto 19754 de sept /99. se expreso:

“En aplicación del principio de legalidad que informa al régimen tributario, así como no hay impuestos su ley previamente expedida que determine, los sujetos, la materia y las tarifas del impuesto de la misma forma no pueden darse beneficios tributarios sin que la ley los haya consagrado.

Ahora bien, en lo que respecta a ventas hechas a sociedades de comercialización internacional, (S. C. I.), el Estatuto Tributario consagra en el artículo 481 como bienes exentos del impuesto, con derecho a devolución del IVA “.... Los bienes corporales muebles que se vendan en el país a las sociedades de comercialización Internacional, siempre que hayan de ser efectivamente exportados directamente, o una vez transformados, así como los servicios intermedios de la producción que se presten a tales sociedades, siempre y cuando el bien final sea efectivamente exportado”

La razón de fondo de este tratamiento radica en que los bienes objeto de esas transacciones con comercializadoras internacionales están destinados a su exportación, y los proveedores de éstas son considerados exportadores. Así lo dispone el Decreto 1000/97, artículo 2, cuando dice que se consideran exportadores quienes vendan en el país bienes corporales muebles para

exportación a Sociedades de Comercialización Internacional legalmente constituidas, siempre que sean efectivamente exportados, directamente o una vez transformados.

Armónicamente con lo anterior, el decreto 1740/94, que dicta normas relativas a las sociedades de comercialización internacional, dispone que hay una presunción de exportación en cabeza del proveedor de dichas sociedades, desde la fecha en que la sociedad de comercialización internacional recibe las mercancías y expida el certificado de proveedor -CP-. Agrega que las mercancías por las cuales las S. C. I. expidan certificados al proveedor, deberán ser exportadas dentro de los seis meses siguientes a la expedición del certificado correspondiente, o dentro del año siguiente si se trata de materias primas, insumos, partes y piezas que vayan a formar parte de un bien final: artículos 2, parágrafos 1 y 3.

En aplicación de lo dispuesto en las normas reseñadas, únicamente aquellos bienes vendidos a las sociedades de comercialización internacional que queden amparados por el compromiso de exportación implícito al relacionarse dentro del certificado al proveedor, legítimamente son calificados como presuntamente exportados y por ende exentos del impuesto sobre las ventas.

Por el contrario, todas aquellas adquisiciones tanto de bienes como de servicios gravados que hagan las sociedades de comercialización internacional, y que puedan computar Como costo o gasto de SU actividad exportadora, pero que no sean en sí bienes de exportación amparados por el C. P.. constituyen adquisiciones gravadas con el IVA respectivo, y en tal calidad deben facturarlas los vendedores de los bienes o los prestadores de los servicios, discriminando el impuesto e identificando al adquirente para que lo pueda tratar como impuesto descontable en observancia de lo preceptuado en el artículo 617 del Estatuto Tributario. literal c).

Es posible que algunos de estos elementos resulten efectivamente involucrados dentro de una exportación, como material de empaque, por ejemplo, pero en si mismos no constituyen el objeto de la transacción de exportación. ni son materia de DEX. Por lo mismo no pueden tratarse como bienes exportados, exentos del IVA. Con mayor razón se aplica a otros bienes o elementos que adquieran las sociedades de comercialización Internacional, y que destinen a su actividad en el país, pero que tampoco constituyan bienes exportados.

Es de recordar que las mencionadas sociedades por ser exportadoras, tienen derecho a solicitar en compensación o en devolución saldo a favor que se llegue a configurar dentro de sus declaraciones bimestrales del IVA, tal como está previsto en el artículo 489 del mismo Estatuto."

Es claro que las Sociedades de Comercialización internacional, como responsables del IVA pertenecientes al régimen común, deben practicar y asumir esta retención en la fuente a título del IVA en las adquisiciones que hagan a responsables del régimen simplificado. Para este efecto, como soporte contable deben elaborar una nota de contabilidad tal como está dispuesto en el artículo 4 del Decreto 380 /96 y cumplir las obligaciones pertinentes.<sup>17</sup>

Finalmente, acerca de la obligación de inscribirse ante la DIAN para los responsables del régimen simplificado, el artículo 13 del mismo Decreto Reglamentario 380/96 dispone que el comerciante deberá inscribirse en el registro nacional de vendedores ante la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales que corresponda al asiento principal de sus negocios. Agrega: "Tratándose de responsables no comerciantes, que presten servicios gravados, la inscripción deberá hacerse ante la Administración correspondiente al lugar donde tenga abierta la oficina, local o sede donde Preste los servicios gravados."/.../.

## **5.2. EL CERT**

---

<sup>17</sup> El IVA, "impuesto al valor agregado", es un impuesto a la venta de bienes de consumo. Es un impuesto al gasto: Puesto que el IVA se cobra como un porcentaje del valor de una mercancía o servicio, y los consumidores deben pagarlo al momento de comprar la mercancía o servicio, el IVA es un impuesto que castiga el consumo, es decir, es un impuesto al gasto de las personas.

En la actualidad dicho incentivo no está operando.

También llamado certificado de abono tributario; título al portador emitido por el Banco de la República, creado con el propósito de incentivar y diversificar las exportaciones menores, pueden ser utilizados para el pago de impuestos por su valor nominal o negociados en el mercado secundario. El CERT fue creado hacia el año de 1983 cuando el gobierno nacional expidió la ley 48 por medio de la cual se estipularon las nuevas pausas de orientación del comercio exterior. Se crea con el fin de estimular las exportaciones mediante la devolución total o parcial de los impuestos indirectos, tasas y contribuciones pagados por el exportador. Con este certificado se pretende proveer aquellas actividades que tiendan a incrementar el volumen de las exportaciones sobre la base del valor exportado.

Los objetivos para la asignación del CERT, entre ellos están, el de la devolución de impuestos, la compensación de excesivo costo de bienes no comercializables y mano de obra en un contexto de atraso cambiario, la promoción de las exportaciones nuevas o el incremento de generación de empleo.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> El Cert (Certificado de Reembolso Tributario) será del 4 por ciento para aquellas exportaciones de productos que se embarcaron entre el 1 de febrero y el 31 de marzo de 2008. Gobierno estableció contingente de importación de confecciones provenientes de China.

El certificado de reembolso tributario es un instrumento de promoción a las exportaciones cuyo costo fiscal debe ajustarse a un presupuesto establecido anualmente. Es por ello que en la determinación de los niveles de incentivos otorgados a los diferentes productos se toma como referencia el costo fiscal involucrado.

**5.2.1. Derecho al CERT:** Las exportaciones realizadas por las Sociedades de Comercialización Internacional tendrán derecho al certificado de reembolso tributario, CERT, en las mismas condiciones establecidas para los demás exportadores, incentivo que será entregado por el Banco de la Republica a dichas sociedades y distribuidos por estas con sus proveedores cuando así lo hayan acordado.

Las mismas condiciones establecidas para los demás exportadores, incentivo que será entregado por el Banco de la Republica a dichas sociedades y distribuidos por estas con sus proveedores cuando así lo hayan acordado.

Internacional tendrán derecho al certificado de reembolso tributario en las mismas condiciones establecidas para los demás exportadores, incentivo que será entregado por el Banco de la Republica a dichas sociedades y distribuidos por estas con sus proveedores cuando así lo hayan acordado

La distribución del CERT será comunicada por las sociedades de comercialización internacional a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, a través de una relación anual, a la cual anexaran la certificación que le expida el Banco de la Republica sobre los CERT entregados durante el año. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN, establecerá mediante resolución, las características y parámetros de la forma como debe ser presentada la información.

En ningún caso podrán las sociedades de comercialización internacional distribuir a cada uno de sus proveedores un monto de CERT que supere el valor total de los certificados al proveedor expedidos durante el respectivo año.

Se entiende que los certificados de reembolso tributario, CERT, solicitados por las sociedades de comercialización internacional y distribuidos por ellas a sus proveedores, se consideran entregados directamente por al Banco de la Republica a dichos proveedores, en los montos anotados en la relación.

### **5.3. EL PLAN VALLEJO**

Uno de los aspectos que más tienen en cuenta las empresas, a la hora de planear sus actividades, es el dinero que deben pagar a los gobiernos de los

países por realizar esas actividades. Este dinero se denomina impuestos. Un ejemplo de impuesto es el dinero que deben pagar las empresas por el derecho a traer, desde otros países (importar), maquinas y diferentes tipos de bienes que ellas necesitan para poder elaborar sus propios productos.

En el año 1959, el gobierno colombiano de ese entonces creó una estrategia que pretendía estimular a las empresas colombianas para elaborar productos y servicios que luego se enviaran y vendieran en el exterior; es decir, se exportaran. Esa estrategia se denominó el “Plan Vallejo”.<sup>19</sup>

El Plan Vallejo consiste en permitir que las empresas colombianas que hacen productos para exportar no tengan que pagar la totalidad de los impuestos ¿o sólo deban pagar parte de éstos al gobierno? por traer las cosas que necesiten desde otros países; es decir, por importarlas. Inclusive, aquellas empresas que no exporten algún producto, sino que su actividad sea prestar algún servicio que colabore con la elaboración o envío de productos para exportar, y que también necesiten artículos provenientes de otros países para poder prestar su servicio, se pueden beneficiar del Plan Vallejo.

Para las empresas colombianas, el Plan Vallejo representa un gran ahorro de dinero, lo que permite que sus productos tengan menores costos de elaboración y, por lo tanto, un precio de venta menor, de tal manera que éstos se pueden vender mejor en los mercados internacionales.

---

<sup>19</sup> Régimen que permite importar al territorio aduanero colombiano, con exención total o parcial de derechos de aduanas e impuestos, materias primas e insumos bienes de capital etc.



Se puede concluir que el Plan Vallejo beneficia a las empresas colombianas, puesto que pueden vender mejor sus productos tanto en el exterior como al sector económico al cual ellas pertenecen y al país en general.

Los sistemas especiales de importación y exportación se instituyeron en 1959 (ley 1a, artículos 55-60) bajo el gobierno de la Junta Militar e iniciaron su operación regular en 1961. En sus primeros años de funcionamiento, el Plan Vallejo consistió básicamente en la liberación de aranceles sobre insumos importados para empresas que efectuaran contratos de exportación con el gobierno. Hasta principios de 1965 se habían celebrado 127 contratos y se encontraban cinco más en tramitación. De enero a octubre de 1964 se autorizaron, bajo tales contratos, importaciones y exportaciones por US\$ 4.7 y US\$ 12.3 millones, respectivamente (Lleras Restrepo, 1965).

Pero, como se anotó anteriormente, es en 1967 cuando se complementó la legislación sobre dicho mecanismo. Específicamente, se creó un procedimiento para otorgar exenciones arancelarias sobre insumos importados utilizados en exportaciones ya efectuadas -el denominado Plan Vallejo Junior- y se permitieron nuevas modalidades dentro del programa original del Plan Vallejo, tales como el de exportación parcial en el caso de las importaciones de maquinaria (Perry y Echavarría, 1979)

Es así como el Plan Vallejo estableció medidas tendientes a reducir el desestímulo a las exportaciones, mediante mecanismos dirigidos a exonerar

a los exportadores del pago de gravámenes e impuestos sobre las materias primas, insumos, bienes de capital y repuestos importados utilizados en la fabricación de productos destinados a la exportación o a servicios directamente relacionados con la actividad exportadora. En esta medida se establecían compromisos mediante contratos de importación exportación en los que quedaba estipulado el compromiso de los beneficiarios del Plan a exportar total o parcialmente la producción obtenida a partir de los bienes y materias primas importadas, gracias a las exenciones e incentivos del sistema de Plan Vallejo.

Gran parte de las disposiciones que hoy reglamentan el uso del Plan Vallejo se estipularon con el decreto 444 de 1967. Las modalidades de importación-exportación establecidas se describen a continuación:

Importación de materias primas con el compromiso de exportar el 100% (artículo 172, decreto 444/ 67). Se refiere a la importación temporal de materias primas con el fin de utilizarlas exclusivamente en la producción de bienes destinados a la exportación. Los bienes producidos pueden exportarse directamente o servir como insumos intermedios de terceros que los destinen a la elaboración de productos de exportación.

Importación de bienes de capital con compromiso a exportar el 70% (artículo 173, literal c, decreto 444/67). Mediante este mecanismo se permite la importación de maquinaria y equipos destinados al ensanche o instalación de empresas siempre y cuando los aumentos en la producción se destinen en

por lo menos el 70% al mercado externo. Más adelante, mediante el decreto 631 de 1985, se amplió esta modalidad a los bienes de capital ya los repuestos requeridos en la producción de bienes destinados a la exportación. Asimismo, este sistema abarca los bienes de capital y repuestos dirigidos a la producción de servicios de exportación. En este caso, el compromiso de exportación debe ser como mínimo tres veces el valor importado.

Importación de bienes de capital con compromiso a exportar el 1.5% del valor importado (artículo 174, decreto 444 de 1967). Bajo esta modalidad se realizan operaciones iguales a las del literal anterior que se diferencian en los beneficios recibidos según sean los compromisos de exportación del usuario.

.Reposición de materias primas e insumos-Plan Vallejo Junior ( artículo 179, decreto 444/67 y Resolución 2386 del Incomex). Esta norma cobija a personas jurídicas que mediante los canales regulares y llenando todos los requisitos legales hubieran realizado exportaciones de productos en cuya manufactura se involucraron materias primas e insumos importados; La norma establece el derecho a importar libre de gravámenes, impuestos y demás contribuciones, una cantidad igual a las materias primas e insumos previamente importados. Con esta disposición, también conocida como Plan Vallejo Junior, se favorecen exportadores esporádicos cuyas exportaciones responden a una coyuntura específica y, por tanto, no se les exige un compromiso de importación-exportación.

Importación de mercancías para exportar servicios. Posterior a las normas estipuladas con el decreto 444 de 1967, se realizaron algunas modificaciones. Actualmente las normas que rigen para el Plan Vallejo son:

Decreto 2666 de 1984: normas relativas al procedimiento para importar por este sistema. -Decreto 63 M, 1985: se faculta al Incomex para controlar el desarrollo de los programas aprobados. -Decreto 1208 de 1995: se asigna al Incomex el control de los compromisos, mediante la constitución de garantías bancarias o de compañías de seguros. -Decreto 697 de 1990: además de las anteriores garantías, se dispone la garantía personal. -Resolución 682 de 1995 de Incomex se establece el procedimiento de requisitos para autorizar los programas.

Los incentivos varían en cada modalidad. Se proporcionan incentivos de tipo fiscal, como la exención del impuesto al valor agregado; arancelarios como la exención del gravamen y de otra índole como la exención del gravamen y de otra índole como las exenciones de licencia previa y demás impuestos y contribuciones que causen las importaciones.

- **SECTORES BENEFICIADOS BAJO EL PLAN VALLEJO**

Debido a que este estudio busca enmarcar las políticas transversales que directa o indirectamente han apoyado el desarrollo del sector productivo y particularmente de la industria, resulta importante distinguir aquellos sectores

industriales que se han beneficiado primordialmente con los sistemas especiales de importación-exportación Plan Vallejo, tanto en número de programas como en el valor del cupo autorizado. El Cuadro 10.2 permite observar cómo, los programas aprobados bajo Plan Vallejo en el período 1993-1996, cobijaron prácticamente la totalidad de la industria manufacturera. No obstante, llama especial atención la alta concentración de programas alrededor de los sectores de textiles, prendas de vestir e industria del cuero, con 529 programas, seguido por el sector de productos metálicos con 256 programas aprobados. Asimismo, el valor del cupo autorizado en el sector de textiles, prendas de vestir e industrias del cuero supera con creces a todos los demás sectores industriales, con un valor que asciende a US\$ 962 millones. El sector de industrias químicas, por su parte cuenta con 181 programas aprobados y un cupo autorizado de US\$ 654 millones, superando el cupo aprobado al sector metalmecánica de US\$ 371 millones (Ministerio de Comercio Exterior, 1997e).

En el período comprendido entre 1985 y 1990, la estructura sectorial de las exportaciones por Plan Vallejo (según clasificación CIIU cuatro dígitos) no se modificó considerablemente. El cambio más importante se debió al gran dinamismo de las exportaciones del sector minero; mientras que en 1985 el sector de la explotación de minas de carbón participó en 3.2% del total exportado por Plan Vallejo, en 1990 alcanzó una participación del 27.2%, llegando a ser el principal sector usuario de este mecanismo.

Entre los sectores que más utilizaron el sistema Plan Vallejo en los años 1985 y 1990 se destacan: el sector agropecuario, las industrias básicas de hierro y acero, la fabricación de textiles, la elaboración de cemento, prendas de vestir, envases, cajas de papel, resinas sintéticas, fibras artificiales, pescado, abonos y plaguicidas.

Se observó un alto nivel de concentración en las exportaciones bajo el Plan Vallejo: en 1990 dos productos representaron el 42.3% del valor total exportado y los primeros trece, el 67%. Los principales productos exportados bajo el Plan Vallejo fueron: plátano, ferroníquel, cemento, cajas de cartón, tejidos de algodón y hullas carbón-. Se destaca el hecho de que en los dos últimos años del período, las exportaciones de hulla y flores presentaron un gran dinamismo y, en consecuencia, incrementaron su participación ampliamente.

La situación anterior no cambió radicalmente en el período de apertura 1991-1996. Los sectores producción agropecuaria y explotación de minas de carbón se destacan por haber sido los principales usuarios del sistema Plan Vallejo. En efecto, las exportaciones del sector de producción agropecuaria alcanzaron una participación, en cada uno de los años, superior al 22% del valor total exportado bajo el Plan Vallejo, mientras que la del sector de explotación de minas de carbón llegaba al 14% .

Las exportaciones por Plan Vallejo en sectores como fabricación de productos alimenticios, fabricación de textiles y fabricación de sustancias químicas industriales participaron, respectivamente, con más del 6% del total exportado bajo este sistema, en cada uno de los años del período en referencia.

Por su parte, los sectores usuarios del Plan Vallejo que resultaron tener el comportamiento más dinámico (5) fueron, en su orden, los de industrias básicas de metales no ferrosos, industrias de bebidas, fabricación de papel y productos de papel y fabricación de productos plásticos.

Uno de los objetivos para adoptar el sistema importación-exportación del Plan Vallejo fue el de ampliar la base exportadora del país, promoviendo las exportaciones no tradicionales. Por tal motivo, es importante vislumbrar en qué medida estas exportaciones se han apoyado en dicho mecanismo de fomento. En el período 1991a 1995, en promedio, el 58% de las exportaciones no tradicionales del país se realizaron utilizando los beneficios del Plan Vallejo. Para los diferentes sectores, la participación de las exportaciones no tradicionales por Plan Vallejo en el contexto total de las exportaciones no tradicionales en sus respectivos sectores. Tomando el promedio simple para el período 1992-1995, se observan varios sectores con una participación mayor al 70%. Entre ellos: la producción agropecuaria, la extracción de minerales no metálicos, la fabricación de papel y productos de

papel, la fabricación de sustancias químicas industriales y la fabricación de vidrio y productos de vidrio.

Otros doce sectores industriales exportaron, en promedio, entre el 50% y el 70% del total de sus exportaciones no tradicionales bajo el sistema Plan Vallejo: la industria del tabaco, la fabricación de textiles, la fabricación de prendas de vestir (excepto calzado), la fabricación de productos de caucho, la construcción de maquinaria, aparatos y accesorios eléctricos, entre otros.

Finalmente, conviene identificar las exportaciones por Plan Vallejo a nivel producto para conocer en mayor detalle el tipo de bienes más favorecidos por este mecanismo. El Cuadro 10.6 revela los principales productos de exportación en el período 1993-1996. Obsérvese cómo predominan los productos agrícolas sobre los productos industriales y como el porcentaje exportado por Plan Vallejo -en las exportaciones totales del respectivo producto supera en varios casos el 90%. La concentración de productos exportados bajo Plan Vallejo es elevada: siete productos participaban en 1995 con el 137% exportado bajo este mecanismo y los primeros cuarenta productos con el 66%., detalla los cincuenta principales productos exportados mediante el Plan Vallejo.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Son muchos los productos que están en la lista de los exportables como son las flores, madera, café, minerales y otros.



El Plan Vallejo acarrea un costo fiscal correspondiente a la que el Estado deja de percibir con motivo de las exenciones arancelarias y fiscales que proporciona el sistema. Un informe del Incomex para 1988 calculó el costo fiscal del Plan Vallejo en doscientos millones de dólares distribuidos así: 53% por concepto de exención arancelaria, 37.8% por concepto de la exención del impuesto contemplado en la ley 75 de 1986 y el 9.2% por concepto de la exención del impuesto sobre las ventas.

Recientemente, Gómez (1996) calculó el costo fiscal del Plan Vallejo para 1995, entendiendo como costo fiscal la exención del gravamen arancelario e IVA a las importaciones realizadas bajo el sistema. El costo fiscal calculado sumó US\$ 286.4 millones. Este aumento del costo fiscal entre 1985 y 1995 se explica por el incremento en el volumen importado que compensa más que proporcionalmente la reducción del arancel promedio en 1988 el arancel promedio simple era del 44.8% en comparación con 11.58% para 1995-.

La distribución del costo fiscal estuvo altamente concentrada según el tipo de bien: las materias primas y producción para la industria, participaron con el 48.6% del costo fiscal y los bienes de capital para la industria con el 16.2%.

El Plan Vallejo constituye un subsidio para los exportadores por el hecho de que al usar el mecanismo se benefician de exenciones arancelarias y tributarias, este subsidio se expresa como un porcentaje del valor total

exportado. En 1976 se estimó que el valor medio del subsidio implícito era de 2.69% y que estaba altamente concentrado. Cuatro sectores usufructuaban excesivos niveles de subsidio, tejidos de punto (43.97%); fabricación de prendas (13.04%); fabricación de madera y corcho ( 11.05 % ) y fabricación de máquinas de oficina (11.63% ). Ello se debía a que el mecanismo sólo era importante para sectores intensivos en importaciones y para empresas grandes que pudieran satisfacer los requisitos burocráticos de los contratos por Plan Vallejo (Perry,G. y Echavarría,J., 1979). La evolución del subsidio implícito del Plan Vallejo entre los años 1985 y 19967.

En 1985 la economía en su conjunto recibía un subsidio correspondiente al 9.1% del valor total de las exportaciones, posteriormente se incrementó en 1987 al 14%, para descender aceleradamente hasta un nivel de subsidio del 4% en 1992 y mantenerse estable durante el resto del período. Este comportamiento se explica por los cambios en la política arancelaria presentados en varios años del período, en especial las reducciones arancelarias ocurridas especialmente en los primeros años del período de apertura económica.

Durante todo el período en referencia los subsidios promedio para los sectores manufacturero y agropecuario conservaron la misma tendencia, no obstante, el sector industrial siempre presentó niveles mayores de incentivo, debido a que el sector agropecuario utiliza, en general, un bajo porcentaje de materias primas importadas.

Resalta el hecho de que la estructura sectorial del subsidio por Plan Vallejo no es muy estable año a año, ya que en promedio, sólo tres sectores, que se sitúan entre los diez primeros, siguen permaneciendo al año siguiente. Se destaca el caso excepcional del sector de prendas de vestir que sí logró mantenerse entre los diez sectores con mayor subsidio durante todo el período en cuestión. En el Cuadro 10.7 se muestran los primeros cinco sectores en los años 1985 y 1996.

Adicionalmente, a partir de 1989, se empezó a observar una menor concentración del incentivo, esto se evidencia tanto por el mayor número de sectores que aparentemente empezaron a beneficiarse, como por la menor desviación estándar que presentaron los subsidios sectoriales hasta 1994 . En 1995 y 1996 el nivel de concentración aumentó por el alto subsidio recibido por el sector de bebidas malteadas y malta. El contrabando técnico se define como aquella práctica en la que se busca obtener beneficios a través de la nacionalización de mercancías por posiciones arancelarias diferentes a aquellas que correspondería al los bienes.

Las medidas se recogen en los decretos 2223 de noviembre de 1987, 2516 de diciembre de 1987, 728 de abril de 1988, 1972 de septiembre de 1988, 2843 de noviembre de 1988, 1187 de junio de 1989, 2430 de octubre de 1989, 2864 de diciembre de 1989 y 2865 de diciembre de 1989. Esta medida se tomó con el objetivo de disminuir el impacto de la liberación de las

importaciones a la economía nacional, debido a la alta sensibilidad de las importaciones de este tipo de bienes a las restricciones administrativas.

Estaba programado que en 1992 se pasara de 9 a 7 niveles arancelarios, a 6 en 1993 y a 5 en 1994. Adicionalmente, el nivel máximo, sin incluir automóviles, debería reducirse del 50% a 140% en 1992, al 25% en 1993 y a 115% en 1994. De otra parte, se proyectaba llevar la sobre tasa general a las importaciones a 110% a finales de 1991.

## **6. EXPORTADORES**

COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL FIALTTO & CÍA. LTDA

Cr 17 59-144 P 3

Colombia - Santander, Bucaramanga

Teléfono(s) : (57) (7) 6412894,(57) (7) 6444331

CIAMSA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE AZUCARES Y MIELES S.A.

Av 3A Norte 56N-32

Colombia - Valle del Cauca, Cali

Unico nacional : (57) (2) 6647911

Fax : (57) (2) 6647637

COMERCIALIZADORA CAMISERÍA INGLESA

Bgde Cr1 6-154 L-2-A C.C. Cartagena Plaza

Colombia - Bolívar, Cartagena

Teléfono(s) : (57) (5) 6550814

COMERCIALIZADORA Y TRANSPORTADORA MARÍTIMA J & B E.U.  
Centro, Carrera 8 34-05 Antiguo Edif. Banco Unión Colombiano Ofi. 302  
Colombia - Bolívar, Cartagena  
Teléfono(s) : (57) (5) 6601396

COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA EL ARCA DE NOÉ  
Sta Lucía Cr70-31 F-25 Manz B-1 Lt 22  
Colombia - Bolívar, Cartagena  
Teléfono(s) : (57) (5) 6534284

COORNADORA INTERNACIONAL DE CARGAS S.A.  
Bosque Diag 21 45A-138 Crr Principal  
Colombia - Bolívar, Cartagena  
Teléfono(s) : (57) (5) 6747312

AGENCIA DE CARGA INTERNACIONAL TRADERS DE COLOMBIAE.U.  
Av Eldorado 84A-55  
Colombia - Distrito Capital, Bogotá  
Unico nacional : (57) (1) 4100674

COMERCIALIZADORA FABIO HERNÁNDEZ Y CÍA. S EN C.  
Cr 24B 0-65  
Colombia - Distrito Capital, Bogotá  
Teléfono(s) : (57) (1) 2096983

COMERCIALIZADORA MEF LTDA. MÁQUINAS EQUIPOS FERRETERÍA  
Cr 26 13-14 Sur  
Colombia - Distrito Capital, Bogotá  
Unico nacional : (57) (1) 2781398, (57) (1) 5998655

COMERCIO INTERNACIONAL CONTENEDORES Y TRANSPORTE LTDA.  
CI 163A 32A-66  
Colombia - Distrito Capital, Bogotá  
Unico nacional : (57) (1) 6702461  
Fax : (57) (1) 6694731

Comercializadora Andalucía E.U.  
Popa CI 31 21-61 L-2 Av Pedro de Heredia  
Colombia - Bolívar, Cartagena  
Teléfono(s) : (57) (5) 6583240

Comercializadora Eléctrica de Bolívar Ltda.  
Av Pedro de Heredia CI 31 44-225 L-03 Sector Bostón

Colombia - Bolívar, Cartagena  
Teléfono(s) : (57) (5) 6624201

LOGÍSTICA INTERNACIONAL ESPECIALIZADA & CÍA LTDA.  
CI 74 15-80 Int 1 Of 612  
Colombia - Distrito Capital, Bogotá  
Unico nacional : (57) (1) 3216196  
Fax : (57) (1) 3216335

SOCIEDAD DE COMERCIO INTERNACIONAL MIB LTDA  
CI 20 1-26 Apto 118  
Colombia - Distrito Capital, Bogotá  
Unico nacional : (57) (1) 2812650

## **7. CONCLUSION**

A lo largo de la historia se pudo notar que el comercio exterior a desempeñado un papel vital no solo para el comercio en cada país, sino que también ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades y la evolución del hombre y de sus herramientas de supervivencia.

Podemos notar a lo largo del desarrollo de este estudio, que la economía desde sus principios inicio con la necesidad del hombre de cultivar sus alimentos y cuando este supero sus necesidades y se ve la necesidad de trabajar en otros productos, la comunidad se divide y son otro tipo de personas las que empiezan a trabajar otro tipos de productos como son las de alfarería, se empiezan a trabajar los hierros, se empiezan a explotar otra clases de productos que pasaran a ser Utiel a la sociedad. Cuando en la sociedad se empieza a ver esta variedad de productos se empieza a considerar el truque el intercambio de mercancías.

La sociedad sigue evolucionando y dentro de ella nacen los tipos de sociedades, la clase obrera, los comerciantes, ect. Dentro de esta clase de

sociedad las de los comerciantes, surge el comercio de mercancías internas dentro de la sociedad y luego nace la revolucionaria idea de comerciar fuera e intercambiar mercancías con otras sociedades, otras culturas otros países, es entonces donde nace los primeros conceptos de lo que es el comercio exterior, el comercio de mercancías fuera del territorio interno.

Este comercio crea las rutas comerciales, vías por donde los comerciantes transportan sus mercancías.

Hoy en día el comercio exterior esta en auge total, donde los países le han dado gran importancia, por el papel fundamental que este aporta a la economía de los países.

Uno de los mecanismos creados para esto son las **sociedades de comercialización internacional**, que son las llamadas a desempeñar papel fundamental en las exportaciones en Colombia; es un beneficio tributario creado y otorgado por el gobierno para las empresas que lo obtengan y puedan efectuar compras y ventas con productos colombianos al exterior.

Las Sociedades De Comercialización Internacional además de ser un beneficio para las empresas que deciden obtenerlo, es un mecanismo integro y fundamental para la exportación de productos colombianos y así es



contribuyente para el fortalecimiento de la economía colombiana, ya que estas colaboran en la participación activa de Colombia en las exportaciones.

Las Sociedades de Comercialización Internacional, las empresas que deciden convertirse en una o comerciante que desea crear una, deben saber que su participación es fundamental y de gran importancia para Colombia ya que del papel que desempeñan se hablara del nombre de nuestro país, de nuestros productos y de los mecanismos utilizados para la exportación.

Las Sociedades De Comercialización son de gran importancia para la economía colombiana como se trato de mostrar a través de este estudio respecto a ellas.



## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- LEY 67 DEL 28 DE DICIEMBRE DE 1979
- DECRETO 0093 DEL 20 DE ENERO DEL 2003
- DECRETO 1740 DEL 13 DE AGOSTO DE 1994
- DECRETO 4271 DEL 23 DE NOVIEMBRE DEL 2005
- RESOLUCION 053 DEL 10 DE AGOSTO DEL 2004
- CONCEPTO 001 DIAN DEL 19 DE JUNIO DEL 2003
- ESTATUTO TRIBUTARIO
- CODIGO CONTENCISO ADMINISTRATIVO
- DECRETO 210 DEL 2003
- RESOLUCION N0 1894 DEL 2003 DEL MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO.
- CODIGO DE COMERCIO, 2008
- [www.dian.gov/normatividad/técnica](http://www.dian.gov/normatividad/técnica)
- [www.dian.gov.co/servicios/tramites/comercioexterior/solicituddereconocimientoeeinscripcioncomosociedaddecomercializacióninternacional](http://www.dian.gov.co/servicios/tramites/comercioexterior/solicituddereconocimientoeeinscripcioncomosociedaddecomercializacióninternacional).
- [www.dian.gov.co/comercioexterior](http://www.dian.gov.co/comercioexterior).